

## بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر سرمایه‌های اجتماعی و فرهنگی خانواده

### ها) با رویکرد دینی و اسلامی)

ابراهیم طاهری نمهیل (نویسنده مسول)<sup>۱</sup>، محمد حاتمی منامن<sup>۲</sup>، علی طاهری نمیهل<sup>۳</sup>، نادر سلیمانی<sup>۴</sup>

کارشناسی ارشد آموزش و بهسازی منابع انسانی، دانشگاه محقق اردبیل؛ اردبیل، ایران (Email: himan\_t@yahoo.con)

<sup>۲</sup> دانشجوی کارشناسی علوم تربیتی؛ دانشگاه قم، ایران، ایران

<sup>۳</sup> لیسانس روان شناسی؛ آموزش و پرورش استان اردبیل

<sup>۴</sup> کارشناسی ارشد حقوق جزاء و جرم، دانشگاه آزاد اسلامی واحد مشگین شهر، اردبیل، ایران

#### چکیده

در این پژوهش به بررسی تأثیر شبکه‌های جمعی بر تقویت و تضعیف سرمایه‌های اجتماعی و فرهنگی خانواده‌ها بر مبنای آموزه‌های دینی و اسلامی پرداخته‌ایم. در این تحقیق که بصورت مروری کتابخانه‌ای انجام شده‌است، از نتایج تحقیقاتی که در پایگاه‌های اینترنتی و اطلاعاتی *scopus*، *google scholar*، *sciencedirect*، *magiran*، *isi*، *sid* و *isc* نمایه شده‌اند، استفاده کرده‌ایم. نتایج حاصل از بررسی مقالات نشان داد که امروزه رسانه و شبکه‌های ارتباط جمعی می‌تواند تأثیر بی‌بدیلی در همه عرصه‌های زندگی به ویژه، در افکار عمومی داشته باشد، به‌گونه‌ای که افراد، با سطوح فکری متفاوت، ناخواسته آن را به‌سان مرجع و الگویی می‌دانند و به نوعی همان رفتار ارائه شده از رسانه را برمی‌گزینند و به آن عمل می‌کنند. رسانه‌های جمعی در نادیده گرفتن ارزش‌های حاکم بر جامعه تأثیرگذار بوده و پیامدهای ناگوار آن در جامعه مشهودند.

**کلید واژه‌ها:** سرمایه فرهنگی، فضای مجازی، خانواده، آموزه‌های دینی.

## مقدمه

امروزه در جامعه ایرانی، به تدریج بسیاری از آموزه های اسلامی، از جمله تربیت دینی کم‌رنگ و عرصه را برای زندگی غیردینی فراهم شده است. رسانه و شبکه های جمعی به دلیل اثرگذاری بر ساخت‌های گوناگون زندگی، نقشی فراتر از تولید برنامه و محتوا دارند. از این‌رو، پای‌بندی به دین و نهادینه ساختن ارزش‌های اسلامی و تقویت آموزه های دینی و اسلامی در خانواده و حذف برنامه‌های ضد دینی از مدار شبکه و رسانه های جمعی، بسیار با اهمیت است.

به اعتقاد دانشمندانی مثل میشل فوکو (فوکو، ترجمه سرخوش، ۱۳۹۲: ۳۶) علوم اجتماعی، یکی از ابزارهای مؤثر و مفید در زمینه ترویج آموزه های دینی، رسانه و شبکه های جمعی هستند، به‌گونه‌ای که آن‌ها را در ردیف عوامل شخصیت‌ساز قرار داده اند و بر این باورند که شبکه های جمعی می‌توانند هنجارهای اجتماعی و آموزه های دینی، اسلامی و اخلاق را تقویت یا تضعیف سازند. و به تعبیر ژان کازینو، وسایل ارتباط جمعی می‌توانند به تسطیح فرهنگی و یکسان شدن الگوها و اندیشه ها کمک شایانی بکنند.

از مهم‌ترین وظایف و نقش‌های وسایل ارتباط جمعی می‌توان به برقراری ارتباط پویا و زنده با پیامگیران، حفظ تنوع و تازگی در تولیدات فرهنگی و مذهبی، فکری، سیاسی و عرضه اندیشه های نوین همچنین حراست از محیط، ایجاد همبستگی میان اجزای جامعه و انتقال میراث‌های فرهنگی و اسلامی از نسلی به نسل دیگر اشاره کرد. جایگاه وسایل ارتباط جمعی در دنیای مدرن امروز، واسطه‌ای برای پیوند جامعه و فرهنگ و تمدن اسلامی می‌باشد. آثار ارتباطات جمعی امروزه همه جا در زندگی ما پیوند خورده و کاربرد دارند. پاسکال فیزیک دان و ریاضی دان فرانسوی افکار عمومی را ملکه جهان می‌داند و مارشال مک لوهان اندیشمند حوزه ارتباطات به اهمیت شبکه و رسانه های جمعی در جهانی کردن پیام اشاره می‌کند. علی‌رغم پیشرفت و تغییرات اساسی در جوامع و شکل‌گیری ساختارها و مکاتب نوین اجتماعی، دین حضور مؤثری دارد و نهادهای دینی در فعالیت‌های مختلف مذهبی، سیاسی و اجتماعی نقش آفرین هستند. شبکه و رسانه های جمعی با آموزش، انتقال مفاهیم و معارف دینی می‌توانند بنیان‌های اساسی تمدن نوین اسلامی را پایه ریزی کرده و اشاعه و گسترش دهند. شبکه و رسانه های جمعی در ایجاد ارتباط، حمایت، پشتیبانی و توسعه و رشد فرهنگ هویتی دینی تأثیرگذار هستند و توانایی ایجاد گفتمان غالب و رایج برای ایدئولوژی مذهبی، جلوگیری از حاشیه رفتن دین و جدایی از سیاست و اجتماع و بالندگی، رشد و مقبولیت عمومی دینداری در بین عموم مردم را دارند. مسئولان و متولیان امور فرهنگی و دینی با مسلح شدن به سلاح تخصص در حوزه سایبری، هنر و استفاده از وسایل ارتباط جمعی می‌توانند نقش خود را در اشاعه، توسعه و رشد فرهنگ اسلامی به صورت گسترده و کامل به انجام برسانند. پایگاه‌های نوین ارتباطی و شبکه و رسانه های جمعی همچون رادیو، تلویزیون و استفاده از بستر فناوری اطلاعات

و فضای مجازی با ایجاد جذابیت های تصویری، انتشار اطلاعات و اخبار نقش مهمی در انتقال پیام های موردنظر از جمله برنامه ها، سیاست ها و استراتژی های نظام مقدس جمهوری اسلامی، فرهنگ سازی و انتقال مفاهیم و ایده های دینی، هشیار سازی اجتماعی، اصلاح و تغییر ذهنیت مخاطبین با هدف گسترش تمدن اسلامی، ایجاد مدینه فاضله بر اساس تمدن اسلامی، گسترش سبک زندگی و فرهنگ دینی در ارتباط با جوانان، معرفی پیام ها و آموزه های دینی، احیای فریضه مهم امر به معروف و نهی از منکر، اشاعه فرهنگ نماز و در حوزه های قرآنی، توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی و... را دارند.

در میان افشار جامعه، قشر کودک و نوجوان تحت تأثیر شدید رسانه ها، به ویژه تلویزیون، هستند، کودکان بدون هیچ پناه یا حفاظی در برابر وسایل ارتباط جمعی قرار می گیرند و سخت تأثیر می پذیرند. تحقیقات متعددی در خصوص اهمیت رسانه و تأثیری که بواسطه ی ارتباط با عوامل مختلف درونی و بیرونی بر زندگی فردی و اجتماعی افراد دارد، انجام شده است. برای مثال؛ می توان به پژوهش های جداگانه ای که توسط دژبانی (۱۳۹۴) و ابوالقاسمی؛ نوروزی و طالبزاده نوبریان (۱۳۹۲) انجام شده است، اشاره کرد. به طوری که دژبانی (۱۳۹۴) طی پژوهشی با عنوان آسیب های نوپدید شبکه های اجتماعی مجازی و خانواده ایرانی به این یافته دست یافت که شبکه اینترنت در کنار مزایای بسیار معایبی نیز دارد که عدم آشنایی کامل با فضای مجازی می تواند آسیب هایی را برای خانواده ها به بار آورد. ابوالقاسمی محمود؛ نوروزی عباسعلی و طالبزاده نوبریان محسن (۱۳۹۲) نیز در تحقیقی به این نتیجه رسیدند که به تأثیر اینترنت بر ارزشهای خانواده از منظر هویت دینی و ملی پرداخته اند که هدف آن بررسی تأثیر اینترنت بر ارزشهای خانواده است. نتایج ضریب همبستگی حاکی از وجود رابطه معنادار و معکوس بین متغیرهای وابستگی به اینترنت، وارد شدن به فضای صمیمیت، بحث و مناظره گروهی، ایجاد روابط احساسی در محیط تعاملی اینترنت و میزان استفاده از اینترنت، با ارزشهای خانواده بود. به عبارتی هر چه میزان متغیرهایی مثل؛ وابستگی به اینترنت، وارد شدن به فضای صمیمیت، بحث و مناظره گروهی، ایجاد روابط احساسی در محیط تعاملی اینترنت و میزان استفاده از اینترنت در اثر ورود دانشجویان به محیط تعاملی اینترنت بیشتر گردد، از میزان ارزشهای خانواده نزد آنان کاسته می شود.

با توجه به نتایج تحقیقات مشابه و این واقعیت که شبکه های جمعی در جهت تغییر و تضعیف ارزش ها و شکل گیری باورهای منفی نیز کارایی مؤثری دارد، در این نوشتار به بررسی نقش شبکه های جمعی در تقویت و تضعیف آموزه های دینی و اسلامی در خانواده خواهیم پرداخت.

## تعاریف واژه‌ها

### سرمایه‌ی اجتماعی

سرمایه اجتماعی<sup>۱</sup> از جمله مفاهیم مدرن است که در گفتمان علوم اجتماعی و محافل سیاسی معاصر در سطوح مختلف استفاده شده است. هرچند این مفهوم پیشینه طولانی ندارد اما کاربرد آن به تدریج از ۱۹۹۰ به این رو در تازها مقالات دانشگاهی با کارهای افرادی چون جیمز کلمن<sup>۲</sup>، پیر بوردیو<sup>۳</sup>، رابرت پاتنام<sup>۴</sup> و فرانسیس فوکویاما<sup>۵</sup> افزایش یافته است (وال، ۱۹۹۸: ۲۵۹).

سرمایه از ریشه cap به معنای "سر" گرفته شده است. معنای اساسی اصلی و بزرگ از آن برمی آید. در اینجا هر کالا، پول یا ثروتی است که قابلیت نگه داری و افزایش داشته باشد (اختر محقی)،

در واقع، سرمایه اجتماعی را می توان در کنار سرمایه های اقتصادی و انسانی، بخشی از ثروت ملی به حساب آورد که بستر مناسبی برای بهره برداری از سرمایه انسانی و فیزیکی (مادی) و راهی برای نیل به موفقیت قلمداد می شود. بدون سرمایه اجتماعی، هیچ اجتماعی به هیچ سرمایه ای نمی رسد، به طوری که بسیاری از گروه ها، سازمان ها و جوامع انسانی، بدون سرمایه اقتصادی و صرفا با تکیه بر سرمایه انسانی و اجتماعی توانسته اند به موفقیت دست یابند، اما هیچ مجموعه انسانی، بدون سرمایه اجتماعی نمی تواند اقدامات مفید و هدفمندی انجام دهد. (الوانی و همکاران) تعریف رایج سرمایه اجتماعی در جریان اصلی جامعه شناسی آمریکایی عبارتست از روابط دوجانبه تعاملت و شبکه هایی که در میان گروه های انسانی پدیدار میگردند و سطح اعتمادی که در میان گروه و جماعت خاصی بعنوان پیامد تعهدات و هنجارهایی پیوسته با ساختار اجتماعی یافت میشود. در مقابل در جامعه شناسی اروپا این مفهوم را در بررسی این موضوع بکار میگیرند که چگونه تحرک پیوندهای مربوط به شبکه های اجتماعی، سلسله مراتب اجتماعی و قدرت تمایز یافته را تقویت میکند.

### سرمایه فرهنگی

<sup>1</sup> Social capital

<sup>2</sup> James Coleman

<sup>3</sup> Pierre Bourdieu

<sup>4</sup> Robert D. Putnam

<sup>5</sup> Fukuyama

مفهوم سرمایه فرهنگی<sup>۶</sup> که تأثیرات متقابل فرهنگ و نظام طبقات اقتصادی را بررسی می‌کند، از جامعه‌شناسان فرانسوی پیر بوردیو<sup>۷</sup> و ژان کلود پسران<sup>۸</sup> سرچشمه گرفته است. اگرچه مفهوم سرمایه فرهنگی در درون متن فرهنگ فرانسه تصور شده است، اما عمده نوشته‌های بوردیو، به انگلیسی ترجمه شده است که به استفاده وسیع از این مفهوم در تحقیقات

### رسانه‌ی جمعی (گروهی)

رسانه‌های گروهی یا رسانه‌های جمعی مجموعه‌ای از وسایل ارتباطی است که عموماً ارتباطی یک سویه را دنبال می‌کنند. رسانه‌های دیداری و شنیداری مانند تلویزیون و رادیو و... از جمله مهمترین رسانه‌های گروهی هستند. از سوی دیگر رسانه‌های گروهی چاپی نیز دسته دیگری از رسانه‌های گروهی هستند که به گفته جان لاک همچنان جایگاه خود را به عنوان رکن چهارم دموکراسی حفظ کرده‌اند.

### شبکه‌ها و وسایل ارتباط جمعی مدرن

در عصر حاضر، شبکه‌ها و وسایل ارتباط جمعی مدرن یکی از مؤثرترین کانون‌ها و بستری برای اطلاع رسانی، آموزش، تبلیغ، نشر و اشاعه ساختار، قالب‌ها و مفاهیم و ارزش‌های دینی و بازتاب تولید معانی دین و دینداری در عرصه اجتماع و هدایت و رهبری مؤمنان و اقشار مختلف مردم بویژه جوانان در پهنه‌ای به وسعت تمام جغرافیا و فرامرزی می‌باشد. با توجه به ساختار نوین ارتباطی در عصر فناوری اطلاعات، رسانه‌ها دارای کارکرد، فرصت، ظرفیت مناسب و نقش تأثیرگذاری در شکل‌گیری سبک نوینی از اعتبار بخشی و مدیریت محتوا و آموزش دینی، پوشش مناسب رسانه‌ای مذهبی و اسلامی در شبکه‌های جمعی و همچنین اهداف مختلف آموزشی، فرهنگی، تبلیغی و ایجاد و گسترش دانش و تمدن اسلامی را دارد. لازمه حضور فعال و تأثیرگذار برای آموزش، ترویج دین و تبلیغ معارف اسلامی در شبکه‌های جمعی، تمرکز در تصمیم‌گیری، جدیت در اجرا بدون از دست دادن زمان، هماهنگی میان دستگاه‌ها، پرهیز از موازی‌کاری و تعارض، بهره‌مندی از سواد رسانه‌ای، استفاده از فناوری‌های سخت افزاری و نرم افزاری همچون وسایل ارتباط جمعی نوین، شبکه‌های جمعی، فضای مجازی و استفاده از هنر ارتباطات گرافیکی است.

<sup>6</sup> Cultural capital

<sup>7</sup> pierre Bourdieu

<sup>8</sup> Jean-claude passeron

## روش‌شناسی

در این تحقیق که بصورت مروری کتابخانه‌ای انجام می‌شود، از نتایج تحقیقاتی که در پایگاه‌های اینترنتی و اطلاعاتی ، isi , scopus , google scholar , sciencedirect , magiran , sid و isc نمایه شده‌اند، استفاده می‌کنیم این تحقیقات که تعداد آنها ۱۷ مورد می‌باشد، شامل تحقیقاتی است که هم به روش کمی و هم به روش کیفی انجام شده‌اند و مربوط به تحقیقات انجام شده در ۱۰ سال اخیر می‌باشد. این مقالات هم به زبان فارسی و هم به زبان انگلیسی نگارش شده‌اند این پژوهش‌ها یا به روش همبستگی و یا به روش علی-مقایسه‌ای انجام شده‌اند اغلب مقالاتی که در این مطالعه کتابخانه‌ای مورد استفاده قرار می‌گیرند متن کامل آنها در دسترس پژوهشگر می‌باشد.

## یافته‌ها

### شبکه‌های جمعی و تغییر سبک زندگی

شبکه‌های جمعی‌های جمعی یکی از تأثیرگذارترین عوامل در تغییرات سبک زندگی هستند. شبکه‌های جمعی می‌توانند با انجام طرح‌های پژوهشی در حوزه سبک زندگی و انتشار آن در شبکه‌های جمعی در خصوص فرهنگ سازی و ترویج آن در بین خانواده‌ها و خصوصاً جوانان تأثیر گذار بوده، منتقل کننده دیدگاه‌ها به افراد جامعه باشند. گیدنز می‌گوید شبکه‌های جمعی نقش مهمی در تبلیغ سبک‌های زندگی مختلف دارد. جوانان در دنیای وسیع وسایل ارتباط جمعی بیشتر از هر قشر دیگری در معرض هجوم قرار دارند و رسانه‌های مختلف بر سر تغییر دادن هویت و ذائقه فکری آنها با هم به رقابت می‌پردازند. امروزه نقش شبکه‌های جمعی در تعیین سبک زندگی و سعادت و شقاوت به گونه‌ای است که در تصمیمات راهبردی نظام‌های سیاسی، نادیده گرفته نمی‌شوند.

### نقش و گستره شبکه‌های جمعی در تربیت دینی

شبکه‌های جمعی همانند مدرسه‌ای بزرگ بر تمامی ابعاد زندگی انسان حتی در اوقات فراغت و هنگامی که به عنوان سرگرمی مورد استفاده قرار می‌گیرد، تأثیر می‌گذارد و از آنجا که نسبت به سایر مراکز آموزشی از قبیل مدرسه و دانشگاه، از گستردگی زمانی و مکانی بیشتری برخوردار است، اهمیت زیادی در ابعاد تربیتی کودکان و نوجوانان و جوانان و حتی بزرگسالان پیدا می‌کند.

مراکز آموزشی، مانند مدرسه و دانشگاه، محدودیت زمانی دارند، یعنی فقط سال‌هایی چند از حیات کودک، نوجوان و جوان را به خود مشغول می‌کنند، اما شبکه‌های جمعی همچون رادیو و تلویزیون بی‌هیچ محدودیتی در تمامی مراحل زندگی با انسان‌ها هستند و از آغاز تا پایان عمر آن‌ها را پوشش می‌دهند.

## اهمیت ماهواره و اینترنت در تربیت دینی

ظهور وسایل ارتباط جمعی باعث بروز بسیاری از مسایل و ناپهنجاری های اجتماعی به خصوص در جوامع جهان سوم شده و با قاطعیت می توان گفت بخش عمده ای از گرفتاری ها و انحراف جوامع اسلامی از نتایج سلطه فرهنگی و ترویج بسیاری از انحرافات و فیلم های مستهجن و گمراه کننده از طریق شبکه و رسانه های جمعی عمومی مانند ماهواره هاست. رسانه های نوشتاری نیز همانند رسانه های شنیداری و دیداری در تعلیم و تربیت دینی یا در انحراف و به فساد کشاندن جامعه و افکار جوانان و نوجوانان تأثیر مهمی دارند به همین جهت در منابع اسلامی به قلم و نوشتار اهمیت زیادی داده اند و زکات دست را حرکت دادن آن در جهت نگارش علوم و منافی است که مسلمانان در راه اطاعت خدا از آن بهره می برند به حساب آورده اند.

### تهدیدهای پیش روی رسانه و فضای مجازی در تربیت و ترویج آموزه های دینی

یکی از پیامدهای منفی شبکه و رسانه های جمعی، تحت فشار قرار گرفتن دین و اعتقادات مذهبی، به ویژه در رفتار و سبک زندگی بر اساس آموزه های اسلامی است. در رسانه ها، سبک زندگی اسلامی، تحت فشار سکولاریزم و نسبییت گرایی واقع می شود که این پیامدها، اصول و ارزش های مطلق دینی را در شکل دهی سبک زندگی مطلوب تحدید می کنند. در اثر تأثیر رسانه های جمعی، زندگی، بیش از پیش تابع تمایل مصرف گرایی شده است. مصرف گرایی و مُدپرستی که توسط تجارت آزاد و جهانی شدن غربی افزایش یافته، تمایل به ایمان معنوی و رشد فرهنگی بر مبنای آموزه های اسلام را عمیقاً تضعیف کرده است که این امر، بسیاری از مؤلفه های سبک زندگی اسلامی را به چالش کشیده و آن را تهدید می کند.

جهانی شدن سیاست، فرهنگ و اقتصاد، برخی ارزش ها و آموزه هایی را با خود به همراه دارد که عمدتاً در تعارض با باورها و ارزش های دینی و تصورات فرد مسلمان از اسلام است.

در رسانه های نوین به محتوای دینی بهایی داده نشده و بر ظواهر دین تأکید می شود. در نتیجه، به ابعاد درونی دین که به ترویج اسلامی منجر می شود، اشاره نشده و به سطوح و ظواهر دین و تربیت دینی بسنده می کنند که سبب می شود افراد در برابر تهاجمات فرهنگی بیگانگان، به زودی از پا درآیند و گرفتار از خودبیگانگی فرهنگی شوند؛ زیرا نمی توانند به ارزش آنچه خود در اختیار دارند، پی ببرند. متزلزل شدن ارزش ها در اثر نبودن فضایی مناسب برای ظهور عقاید، زمینه برخورد بین فرهنگ ها و تمدن ها پدیدار می گردد که بیشترین تأثیر را بر ارزش های دینی و اخلاقی دارد. برخی از اثرات مخرب مدیریت نشده شبکه های اجتماعی و فضای مجازی بر تضعیف سرمایه فرهنگی خانواده ها عبارتند از:



منبع مدیریت پژوهش های خبری صدا و سیما

### فرصت های موجود های رسانه های جمعی در ترویج آموزه های دینی

گفتمان دینی: از دیدگاه پست مدرن ها، گفتمان، محور شناخت و حتی وسیله ای برای تولید دانش است. شبکه و رسانه های جمعی با توجه به ویژگی گفتمان و در اختیار داشتن فرارسانه هایی چون: رایانه، اینترنت، ماهواره ها و سایر رسانه های دیجیتالی نوین در فرایند تربیت دینی، به نهادینه کردن و ترویج اسلام منجر می شود.

**الگوآفرینی دینی:** در رسانه های غربی افرادی چون آرنولد<sup>۹</sup> و استالونه<sup>۱۰</sup>، نماد خشونت و ایثارگری در فیلم های هالیوودی هستند و یا سامورایی ها در فیلم های ژاپنی که از طریق خشونت طلبی، مصرف گرایی، به ارائه تصویری از انسان ایده آل غربی که خود را فدای دیگران می کنند، می پردازد. رسانه اسلامی با توجه به رسالت دینی و اسلامی خود، نه تنها از ارائه خشونت طلبی و مصرف گرایی جلوگیری می کند، بلکه آن را نفی می کند. رسانه اسلامی با خلق کتاب ها، فیلم ها و بازی های رایانه ای، به خلق اسطوره تربیت دینی پرداخته، با تبعیت از سیره ائمه اطهار (ع) و ارائه تصویری از سبک زندگی آنها، به ارائه الگو می پردازد.

**تمثیل و کنایه:** با توجه به سرمایه گذاری های کشورهای غربی بر رسانه های جمعی، نه از راه مستقیم، بلکه از طریق غیرمستقیم، جامعه اسلامی را تهدید کرده، وانمود می کنند که برنامه ارائه شده برنامه ای مناسب است؛ ولی در لفافه به پیاده سازی برنامه

<sup>9</sup>Arnold

<sup>10</sup> stallone



خود می پردازند. رسانه اسلامی نیز با ارائه تمثیل گونه اهداف خود، منظور خویش را به بیننده منتقل می کند؛ چرا که بیننده به ارائه مطالبی که مستقیماً به او گفته می شود، واکنش نشان داده و در برابر آن مقاومت می کند؛ ولی در روش تمثیل وار، رسانه پیام های تربیتی و دینی خود را به صورت غیرصریح بیان می کند و از این طریق، به «آموزش پنهان» می پردازد. رسانه اسلامی منظور خود را با استفاده از فرامین دینی و معنوی سازی رسانه ای، علم روان شناسی، علم ارتباطات و ترفندهای رسانه ای به فراگیرنده القاء می کند؛ بدون آنکه منظور و هدف خود را به صورت مستقیم بازگو کند.

سرگرمی و تفریح: علم آموزی و تربیت با ابزار سرگرمی، از شگردهای رسانه های جمعی است. از این رو، رسانه اسلامی با ارائه داستان ها، پخش فیلم و یا سخنرانی، از داستان های قرآنی و زندگانی ائمه اطهار (ع) در ارتباط با سبک زندگی اسلامی، به روشی که کودک و یا نوجوان دوست دارد، استفاده می کند و بدون هیچ مقاومتی، به ارائه پیام خود می پردازد. بر عکس رسانه های غربی که با ارائه برنامه های ضد ارزشی و تبلیغ مصرف گرایی، قصد بی هویت کردن بیننده را دارند، رسانه اسلامی با ارائه برنامه های مفید و شاد به معرفی و ترویج سبک زندگی اسلامی مبادرت می ورزد و بیننده را در صورت خستگی از مطالعه یا کار روزانه، از امکانات تفریحی قابل دسترس در شبکه و رسانه های جمعی بهره مند می سازد و به «آموزش پنهان» فراگیر می پردازد.

### پیامدهای مثبت آموزش های دینی در شبکه های جمعی

برای آموزش مبانی دینی به کودک و نوجوان و توجه دادن والدین و مربیان به اهمیت وظیفه تربیت دینی میتوان به آثار و پیامدهای مثبتی که در آینده ظاهر میشود اشاره کرد. خداوند در بخشهای زیادی از قرآن مجید از این روش استفاده میکند و با تبیین پیامدهای پرهیزکاری که همان بهشت و زندگی خوب در دنیا و آخرت است، به تشویق انسان میپردازد. تهیه کنندگان میتوانند با درک مخاطب و نیازهای ویژه آن، آثار رشد هویت دینی را بازگو کنند. برای نمونه به رشد شخصیت سالم، اعتماد به نفس، کسب استقلال کافی وارد نشدن به کارهای خلاف، موقعیت اجتماعی مطلوب، محبوب شدن نزد خداوند و... اشاره شود. با بیان این پیامدها، کودک و نوجوان یا متولیان تربیتی به فراهم آوردن زمینههای آن تشویق میشوند.

### عوامل و پیامدهای بی توجهی به آموزش های دینی

یکی از روش هایی که جامعه را از اهمیت موضوع آگاه می کند تبیین عوامل، پیامدها و آسیب های ترک و سهل انگاری آموزش های دینی است. باید به عواملی مانند ناآگاهی از مراحل رشد هویت دینی، رشد نادرست دینی متولیان تربیتی، غلبه خشم، غضب و... در هنگام تربیت کودک، فرهنگ نامناسب جامعه، انتخاب راههایی که زودتر به نتیجه می رسد، بی توجهی به تفاوت های فردی و... توجه کرد. پیامدها و آسیب این مسائل عبارتند از: رو آوردن به کارهای خلاف عرف، شرع و قانون، رشد نادرست شخصیت، سرگردانی، بی ارزشی شخصیت، نداشتن اعتماد به نفس، زندگی همراه با ترس و اضطراب، احساس گناه و... رسانه میتواند با تهیه

فیلم‌های سینمایی و سریال، مستندسازی، نماهنگ، گزارش‌های خبری و تفسیرهای مرتبط، برنامه‌های کودک و نوجوان و... مخاطبان را با عوامل و آسیب‌های بی‌توجهی به مراحل شکل‌گیری هویت دینی آگاه سازد و تحولی در اندیشه و سبک زندگی‌شان ایجاد کند.

### تأثیر رسانه بر آموزه های دینی

رسانه‌ها به تناسب ظرفیت، نوع کاربری جایگاه اجتماعی و وظایف کارکردی می‌توانند دین را در نیل به اهداف مورد نظر مساعدت کند. رسانه می‌تواند با روش‌های ذیل در بسط نفوذ دین و تبلیغ هرچه بیشتر آن بسیار کارا باشد.

۱- رسانه‌ها می‌توانند علاوه بر تقویت اندیشه‌ها، در تغییر و ساختن اندیشه‌های جدید بسیار مؤثر باشند. رسانه‌ها گرچه نمی‌توانند تعیین کنند که مخاطبان چگونه بیندیشند، می‌توانند تعیین کنند که درباره چه بیندیشند. ضعف عمده رسانه‌های جمعی مدرن این است که رضایتمندی افراد یکی از متغیرهای مهم آنان است و از این‌رو از دل خواسته‌ها تبعیت می‌کند. مردم به دنبال این هستند که راه و صراط را بر وفق تمناهای خودشان قرار دهند و رسانه نیز رسالت خویش را در این امر می‌بیند و همین امر باعث می‌شود گاه حق و باطل جای خود را عوض کنند و مشهورات بر معروفات غلبه یابد و اصالت به هواها داده شود و خطوط قرمز اعتقادی و اخلاقی زیر پا گذاشته می‌شود.

۲- رسانه‌ها می‌توانند پیام‌های دینی را در قالب‌های کاملاً جدید و تأثیرگذار منتقل کنند. زیرا می‌توانند از آرایه‌های زیبایی‌شناختی و زبان هنر بهره‌جویند.

۳- رسانه‌هایی چون ماهواره و اینترنت می‌تواند احساس تعلق مشترک مؤمنان ساکن در مناطق گوناگون و پراکنده را تقویت کند و به بازیابی هویت دینی آن‌ها فراسوی هویت‌های متنوع دیگر کمک کند.

۴. نمایش‌های معنوی رسانه در قالب دیداری و شنیداری در ایجاد و تشدید همنوایی و همدلی مخاطب نقش محوری دارد. مخاطب گاه در چنین فضایی پایه‌های مراسم مذهبی در حال پخش و شاد شود و از مشارکت با واسطه خویش احساس آرامش و کسب ثواب می‌کند.

۵. برنامه‌های نمایشی در صورت بهره‌گیری از جاذبه‌های معنوی و عرفانی، پردازش‌های رسانه‌ای مناسب و پخش در اوقات مناسب، قدرت بسیار زیادی در بسترسازی برای ایجاد تحول روحی دارند و با پخش برنامه‌های مقایسه‌ای بین ادیان، باعث تقویت ایمان دینی متدینان خواهند شد.

### نتیجه‌گیری

امروزه رسانه تأثیر انکارناپذیری در زندگی افراد دارد و به دلیل جایگاه ویژه‌ای که دارد، می‌تواند نقش بی‌بدیلی در همه عرصه‌های زندگی به ویژه، در افکار عمومی داشته باشد، به گونه‌ای که افراد، با سطوح فکری متفاوت، ناخواسته آن را به‌سان مرجع و

الگویی می دانند و به نوعی همان رفتار ارائه شده از رسانه را بر می گزینند و به آن عمل می کنند. رسانه‌های جمعی در نادیده گرفتن ارزش‌های حاکم بر جامعه تأثیرگذار بوده و پیامدهای ناگوار آن در جامعه مشهودند. اگر امروز محققان اجتماعی بنابر آمار رسمی، از افزایش درصد طلاق خبر می دهند و توجه داریم که این امر در جامعه‌ای صورت می‌گیرد که اعتقاد دیرینه‌اش آن است که زن با چادر سفید وارد منزل شوهر می‌شود تا با کفن سفید از آن خارج گردد.

باور بر این است که رسانه‌های جمعی، به ویژه رسانه‌های تصویری ارزان قیمت مثل تلویزیون، می‌توانند از مهم‌ترین، قوی‌ترین و کارسازترین عوامل در جهت تقویت و تحکیم ارزش‌های الهی در جامعه ما باشند، به این شرط که در جهت اهداف و رسالت تعیین شده‌شان عمل کنند. رسالت شبکه‌های جمعی در یک جامعه اسلامی را می‌توان در دو بخش کلی هدایت، تربیت و ارتقاء فکری و فرهنگی جامعه اسلامی از یک سو و از سوی دیگر مبارزه با انحرافات و جلوگیری از ناهنجاریها قرارداد. مسیر این هدایت می‌بایست در چهار چوب تدوین شده معارف دینی و اطلاع رسانی صحیح و شایسته باشد. در عصر کنونی با گسترش ارتباطات و تبلیغات زهر آگین دشمنان و تلاش آنان در ایجاد انحرافات فکری و اخلاقی جوامع مسلمان، مسئولیت خطیری است که رسالت شبکه‌های جمعی و وسایل ارتباط جمعی را در مبارزه با آن بیش از پیش نمایان می‌سازد.

فهرست منابع

- ۱) سمواتی، ز، (۱۳۹۷). رسانه و سبک زندگی فردی - اجتماعی خانواده از توصیف و تبیین تا اصلاح و تغییر، مجموعه مقالات همایش بزرگداشت بانوی انقلاب اسلامی، ص ۳۴۵
- ۲) حسین پور ج، مومنی ع، (۱۳۹۶) تاثیر شبکه های اجتماعی مجازی بر هویت خانواده فصلنامه برنامه ریزی رفاه و توسعه اجتماعی سال هشتم شماره ۳۲ پاییز ۱۳۹۶
- ۳) محسن زاده، م (۱۳۹۵)، جایگاه رسانه در ترویج دین در بین عموم مردم به ویژه جوانان دو فصلنامه علمی- اختصاصی دین و دین‌داری سال اول، شماره اول، پاییز و زمستان ۱۳۹۵،
- ۴) باهنر، ن، (۱۳۸۶). برنامه‌های دینی تلویزیون و دریافت مخاطبان، مجموعه تعامل دین و ارتباطات، به اهتمام دکتر حسن بشیر، تهران، پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی.
- ۵) پارتازیان، ک (۱۳۸۷). نگاهی به تأثیرات اینترنت و فضای مجازی بر روند دین‌داری. قم: دایره المعارف، چاپ اول
- ۶) جوادی، ی، محمد رضا ع و حمید. (۱۳۸۶) دین و رسانه (مجموعه مقالات). تهران: دفتر پژوهش‌های رادیو.
- ۷) رضاییان، م (۱۳۹۳). شبکه‌های اجتماعی؛ چالش در تعریف افکار عمومی، فصلنامه رسانه، ش ۹۴.
- ۸) زکی، م. (۱۳۹۲). اینترنت و میزان دین‌داری جوانان مورد: دختران و پسران ۱۹ تا ۳۹ سال شهر اصفهان، فصلنامه فناوری اطلاعات و ارتباطات در علوم تربیتی، ش ۲، ۲۱-۴۳.
- ۹) فوکو، میشل (۱۳۹۲)، دیرینه‌شناسی دانش، ترجمه نیکو سرخوش و افشین جهان‌دیده، تهران: نی، چ اول.
- ۱۰) -قرائتی، محسن (۱۳۹۱). قرآن و تبلیغ، تهران: مرکز فرهنگی درس‌هایی از قرآن، چ یازدهم.
- ۱۱) قاسمی، و؛ عدلی پور، ص؛ کیان پور، م، (۱۳۹۲)، تعامل در فضای مجازی شبکه‌های اجتماعی اینترنتی و تأثیر آن بر هویت دینی جوانان؛ مطالعه موردی فیس‌بوک و جوانان شهر اصفهان، دو فصلنامه علمی- پژوهشی دین و ارتباطات، سال نوزدهم، شماره دوم.
- ۱۲) یاسمی نژاد، ع. آزادی، ا. و محمد رضا ا. (۱۳۹۲). فضای مجازی، امنیت اجتماعی، راهبردها و استراتژیها. همایش ملی صنایع فرهنگی و نقش آن در توسعه پایدار. دانشگاه آزاد اسلامی: واحد کرمانشاه.
- ۱۳) اختر محقق، مهدی، ۱۳۸۵ سرمایه اجتماعی، بررسی تاثیر فضای مجازی بر سرمایه اجتماعی، کنفرانس ملی و دستاورد های نوین جهان در تعلیم و تربیت
- ۱۴) مریجی، شمس‌الله، (۱۳۸۹). رسانه‌های جمعی و نقش آن‌ها در تحکیم و یا تضعیف ارزش‌ها؛ مجلات معرفت، شماره ۹۱.
- ۱۵) میر فردی، ا، مختاری، م، ولی نژاد، ع. (۱۳۹۶). میزان دین‌داری و ارتباط آن با استفاده از شبکه‌های اجتماعی اینترنتی (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه یاسوج). جامعه‌شناسی کاربردی.
- ۱۶) پورطهماسبی، س و سعید. (۱۳۹۲). «رویکرد اسلامی در بهره‌گیری از رسانه‌های پست مدرن در تربیت دینی». فصل‌نامه تربیت تبلیغی،
- ۱۷) سید مهدی، ا، شیروانی ع سرمایه اجتماعی، اصل محوری توسعه»، ماه‌نامه تدبیر، شماره ۱۴۷، ص ۲۷

18) Bourdieu, Pierre and Jean-Claude Passeron. [1970] 1990. *Reproduction in Education, Society, and Culture*. Trans. Richard Nic. Newbury Park, CA: Sage

## Investigating the effect of social networks on the social and cultural capital of families (with a religious and Islamic approach)

Ebrahim Taheri Nemehil (author in charge)<sup>1</sup>, Mohammad Hatami Menamen<sup>2</sup>, Ali Taheri Nemehil<sup>3</sup>, Nader Soleimani<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Master of Education and Human Resources Improvement, Mohaghegh Ardabil University; Ardabil, Iran (Email: himan\_t@yahoo.com)

<sup>2</sup>Bachelor of Educational Sciences; University of Qom, Iran, Iran

<sup>3</sup>bachelor of Psychology ; Education and training in Ardabil province

<sup>4</sup>Master of Criminal and Criminal Law, Islamic Azad University, Meshgin Shahr Branch, Ardabil, Iran

### Abstract

In this research, we have investigated the effect of social networks on strengthening and weakening the social and cultural capital of families based on religious and Islamic teachings. In this research, which was conducted as a library review, we have used the research results that are indexed in ISI, sid, magiran, sciencedirect, google scholar, scopus, and scd databases. The results of the review of the articles showed that today The media and mass communication networks can have an irreplaceable effect in all areas of life, especially in public opinion, in such a way that people, with different intellectual levels, unintentionally consider it as a reference and a model and in some way adopt the same behavior presented by the media. They choose and act on it. Mass media has been influential in ignoring the values of the society and its unfortunate consequences are evident in the society.

**Keywords:** cultural capital, virtual space, family, religious teachings.